

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus Di *Home Industry* Knalpot Galuh Bojongsari
Purbalingga Jawa Tengah)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Jurusan Syari`ah dan Ekonomi Islam STAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syari`ah (S.E.Sy)

Oleh :
KAROMAH UMIATI
NIM. 092323001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Karomah Umiati
NIM : 092323001
Jenjang : S-1
Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di *Home Industry* Knalpot Galuh Bojongsari Purbalingga Jawa Tengah)” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 6 Februari 2015

Saya yang menyatakan,



Karomah Umiati
NIM. 092323001



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

Alamat: Jl.Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto, 53126
Telp. 0281- 635624, 628250 Fax. 0281- 636553 www.stainpurwokerto.ac.id


PENGESAHAN

Skripsi berjudul:


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus di Home Industry Knalpot Bojongsari Purbalingga Jawa Tengah)**

yang disusun oleh saudara/i: **Karomah Umiati**, NIM. **092323001**, Program Studi: **Ekonomi Syari'ah**, Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN** Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **25 Maret 2015** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy.)** oleh **Sidang Dewan Penguji Skripsi**.


Ketua Sidang


Dr. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

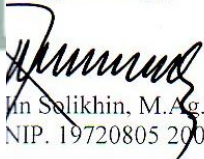
Sekretaris Sidang


H. Akhmad Faozan, Lc.,M.Ag.
NIP. 19741214 200312 1 006

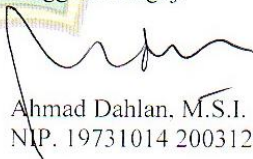
Pembimbing/Penguji Utama


Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Anggota Penguji


An Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

Anggota Penguji


Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002

Purwokerto, 1 Juli 2015

Mengetahui,

Ketua STAIN Purwokerto




Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
NIP. 19670815 199203 1 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Ketua STAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, terhadap penulisan skripsi dari Karomah Umiati, NIM: 092323001 yang berjudul:

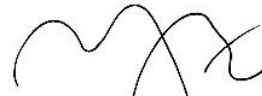
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Di Home Industri Knalpot Galuh Bojongsari
Purbalingga Jawa Tengah)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Ketua STAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 4 Februari 2015

Pembimbing,



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

STAIN PURWOKERTO

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan
(Studi Kasus di *Home Industry* Knalpot Galuh Bojongsari Jawa Tengah)

Karomah Umiati
NIM: 092323001

Abstraksi

Persaingan pemasaran yang semakin tajam, sehingga pengusaha yang paling memuaskan pelanggan akan tetap bertahan sedangkan pengusaha yang tidak siap bersaing akan tereliminasi dari pasar. Salah satu strategi yang diterapkan pengusaha membuat produk yang handal dan memiliki kualitas terbaik sehingga dapat menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Industry komponen otomotif Indonesia baik mobil dan sepeda motor adalah salah satu rantai nilai industry yang berkembang pesat, bernilai paling tinggi dan paling menjanjikan di Indonesia. Salah satu komponen yang paling penting dalam kendaraan bermotor adalah knalpot. Knalpot berfungsi sebagai saluran pembuangan dari sisa pembakaran yang terjadi didalam mesin kendaraan sehingga kendaraan bisa melaju secara maksimal. Sekarang ini industri knalpot mengalami kemajuan yang cukup pesat salah satunya adalah Galuh. Galuh merupakan sentra knalpot dikota Purbalingga dimana kondisi sentra cukup dinamis dan rata-rata pengusaha knalpot Galuh mampu mempertahankan kualitas produk yang mereka produksi dengan kreatifitas yang cukup tinggi memberikan kepuasan bagi para pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif serta analisis regresi linier berganda. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil analisis regresi dimana nilai konstanta sebesar 10.033, variabel kualitas produk (X1) sebesar 1.069 dan variabel harga (X2) sebesar -0.485. Dari hasil analisis regresi dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 10.033 + 1.069X_1 - 0.485X_2$

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan hasil f hitung 11.434 pada tingkat signfikan 0,0001. Pengujian secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimana dari uji t didapat t hitung adalah 4,624 dengan tingkat signifikan 0,000 dan t tabel 1,740. Kemudian harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dimana dari uji t didapat t hitung adalah -1,951 dengan tingkat signifikan 0,069 dan t tabel sebesar 1,740.

Saran-saran yang dapat diberikan guna perkembangan dan penentuan kebijaksanaan di masa mendatang adalah pengusaha knalpot harus memperhatikan kualitas produk, harga, inovasi agar konsumen puas dan tetap menggunakan knalpot galuh.

Kata-kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 dan Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	s'a	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	z'al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain'....	koma terbalik ke atas
غ	Gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	w	We
ه	ha'	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

Ta'marbūṭhah diakhir kata bila dimatikan tulis h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmah al-aulyā'</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta'marbuḥah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau ḍammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-ḥiṭr</i>
------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

َ	fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	ḍammah	ditulis	U

Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	ā
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	ā
	تنسي	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	ī
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Ḍammah + wāwu mati	ditulis	ū

	فروض	ditulis	<i>furūd'</i>
--	------	---------	---------------

Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang

mengikutinya, serta menghilangkannya *l(el)*nya

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
--------	---------	-----------------

الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>
-------	---------	------------------

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd'</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayat Nya sehingga skripsi yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus di home industri knalpot galuh bojongsari purbalingga jawa tengah) dapat penulis selesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga tercurahkan atas junjungan kita Nabi Muhammmad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terutama kepada:

1. Allah SWT, Tuhan bagi seluruh alam yang melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis selalu diberi kesehatan dan kemudahan selama pembuatan skripsi ini.
2. Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
3. Drs. Munjin, M.Pd.I., Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
4. Drs. H. Asdori, M.Pd.I., Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.

5. H. Supriyanto, Lc., M.S.I. Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
6. Drs. H. Syufa'at, M.Ag., Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
7. Ahmad Dahlan, M.S.I., Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto pada akhir periode 2014.
8. Hj. Nita Triana, Penasehat Akademik Program Studi Ekonomi Syari'ah (A) Angkatan 2009.
9. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P. M.Si., sebagai pembimbing yang dengan penuh kesabarannya dan keterseiaanya meluangkan waktu untuk membimbing dalam penulisan skripsi ini sampai selesai
10. Segenap dosen STAIN Purwokerto, terutama dosen Syari'ah yang telah mengajar penulis dari awal semester hingga akhir.
11. Segenap staf jurusan Syari'ah atas bantuanya dan partisipasinya dalam pelayanan administrasi yang telah memudahkan penulis.
12. Segenap Staff Perpustakaan, terima kasih atas bantuan dan refrensi bukunya
13. Kepada Kedua orang tua, Bapak dan Ibu tercinta terima kasih atas limpahan kasih sayang, doa, dan dorongan serta kesabaran untuk menanti kelulusanku.
14. Kepada Adiku Amanah Aida Qur'an dan Karom Amirutama yang selalu mengingatkan dan memberikan dukungan bantuan hingga skripsiku selesai.
15. Teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2009 yang selalu memberi semangat kepada penulis dan semua teman seperjuangan, tetap terus berkarya.

Dan terima kasih saya ucapkan kepada semua pihak – pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu. Yang mana telah memberikan dukungan dan doa, sehingga skripsi saya dapat diselesaikan dengan lancar.

Purwokerto, 4 Februari 2015
Penulis,

Karomah Umiati
NIM. 092323001



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAKSI	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	12
1. Kualitas produk	12
2. Harga	14
3. Loyalitas Pelanggan.....	16
4. Penelitian Terdahulu.....	17
B. Kerangka Teori.....	19

1. Kualitas Produk	19
a. Konsep Kualitas Produk	19
b. Perbaikan Kualitas Produk	24
c. Dimensi Kualitas Produk.....	24
2. Harga	29
a. Pengertian Harga	29
b. Tujuan Penetapan Harga.....	37
3. Loyalitas Pelanggan.....	40
a. Konsep Loyalitas Pelanggan	40
b. Manfaat Loyalitas pelanggan	42
c. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	44
d. Tingkat Loyalitas Pelanggan	45
4. Kualitas Produk Perspektif Islam	49
5. Harga Perspektif Islam	51
C. Hipotesis	56

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	58
B. Waktu dan tempat Penelitian.....	58
C. Populasi dan Sempel.....	59
D. Variabel dan Indikator Penelitian	60
E. Jenis dan Sumber Data	62
F. Metode Pengambilan Data	63
G. Metode Analisis Data	65

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran	70
B. Karakteristik Responden.....	71
C. Hasil Instrument Penelitian	72
D. Analisis Deskripsi.....	75
E. Hasil Analisis Regresi Berganda	82
F. Pengujian Hipotesis	84
G. Pembahasan	87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

- Tabel 1 Volume produksi mobil dan motor di Indonesia 2001 – 2005, 2
- Tabel 2 Daftar industry perlengkapan dan komponen kendaraan bermotor roda empat atau lebih (knalpot) yang ada di Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga, 5
- Tabel 3 Rata – rata pengusaha knalpot Desa galuh produksi knalpot per minggunya untuk urutan 5 besar, 7
- Tabel 4 Rata – rata pelanggan di 5 pengusaha terbesar di Galuh, 59
- Tabel 5 Karakteristik responden, 71
- Tabel 6 Uji Validitas untuk Variabel kualitas produk, 72
- Tabel 7 Uji Validitas untuk loyalitas pelanggan, 73
- Tabel 8 Hasil uji reliabilitas, 74
- Tabel 9 Tanggapan responden mengenai knalpot yang ditawarkan tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang relative panjang, 74
- Tabel 10 Tanggapan responden mengenai pembuatan standar mutu yang baik, 75
- Tabel 11 Tanggapan responden mengenai produk knlpot dibuat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, 76
- Tabel 12 Tanggapan responden harga produk knalpot terjangkau bagi para konsume, 77
- Tabel 13 Tanggapan responden mengenai harga sesuai dengan manfaat produk, 78
- Tabel 14 Tanggapan responden mengenai harga jual produk ini lebih murah, 78
- Tabel 15 Tanggapan Responden Mengenai pembelian produk knalpot secara rutin, 79
- Tabel 16 Tanggapan Responden Mengenai sering memesan produk yang ditawarkan oleh pengrajin knalpot, 79
- Tabel 17 Tanggapan Responden Mengenai merekomendasikan pada pihak lain (konsumen) untuk melakukan pembelian produk knalpot, 80
- Tabel 18 Tanggapan Responden Mengenai tidak memesan produk knlpot dari perusahaan lain yang juga memiliki produk yang sama, 81
- Tabel 19 Hasil analisis regresi, 83

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Judul Skripsi.
2. Surat Bimbingan Skripsi.
3. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal Skripsi
4. Surat Permohonan Ijin Riset Individual.
5. Surat Perintah Riset Individual.
6. Surat Permohonan Munaqosyah Skripsi.
7. Surat Rekomendasi Munaqosyah Skripsi.
8. Kartu/Blanko Bimbingan Skripsi.
9. Hasil Wawancara Penelitian.
10. Kuesioner
11. Hasil dari pengolahan data
12. Foto proses pembuatan knalpot
13. Daftar Riwayat Hidup.
14. Sertifikat-Sertifikat.



IAIN PURWOKERTO

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan
(Studi Kasus di *Home Industry* Knalpot Galuh Bojongsari Jawa Tengah)

Karomah Umiati
NIM: 092323001

Abstraksi

Persaingan pemasaran yang semakin tajam, sehingga pengusaha yang paling memuaskan pelanggan akan tetap bertahan sedangkan pengusaha yang tidak siap bersaing akan tereliminasi dari pasar. Salah satu strategi yang diterapkan pengusaha membuat produk yang handal dan memiliki kualitas terbaik sehingga dapat menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Industry komponen otomotif Indonesia baik mobil dan sepeda motor adalah salah satu rantai nilai industry yang berkembang pesat, bernilai paling tinggi dan paling menjanjikan di Indonesia. Salah satu komponen yang paling penting dalam kendaraan bermotor adalah knalpot. Knalpot berfungsi sebagai saluran pembuangan dari sisa pembakaran yang terjadi didalam mesin kendaraan sehingga kendaraan bisa melaju secara maksimal. Sekarang ini industri knalpot mengalami kemajuan yang cukup pesat salah satunya adalah Galuh. Galuh merupakan sentra knalpot dikota Purbalingga dimana kondisi sentra cukup dinamis dan rata-rata pengusaha knalpot Galuh mampu mempertahankan kualitas produk yang mereka produksi dengan kreatifitas yang cukup tinggi memberikan kepuasan bagi para pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif serta analisis regresi linier berganda. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil analisis regresi dimana nilai konstanta sebesar 10.033, variabel kualitas produk (X1) sebesar 1.069 dan variabel harga (X2) sebesar -0.485. Dari hasil analisis regresi dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 10.033 + 1.069X_1 - 0.485X_2$

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan hasil f hitung 11.434 pada tingkat signifikan 0,0001. Pengujian secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimana dari uji t didapat t hitung adalah 4,624 dengan tingkat signifikan 0,000 dan t tabel 1,740. Kemudian harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dimana dari uji t didapat t hitung adalah -1,951 dengan tingkat signifikan 0,069 dan t tabel sebesar 1,740.

Saran-saran yang dapat diberikan guna perkembangan dan penentuan kebijaksanaan di masa mendatang adalah pengusaha knalpot harus memperhatikan kualitas produk, harga, inovasi agar konsumen puas dan tetap menggunakan knalpot galuh.

Kata-kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin hari semakin berkembang. Hal ini disebabkan berbagai macam faktor yang mempengaruhi kegiatan ekonomi sehingga industri knalpot dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Teknologi yang semakin mutakhir, sistem kerja organisasi semakin selektif dan berbagai macam keunggulan lain yang mendukung kinerja industri knalpot menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat dan memanjakan pelanggan. Persaingan dimana industri knalpot menonjolkan keunggulan masing-masing dan berusaha memuaskan pelanggan, salah satunya yaitu industri yang bergerak dibidang otomotif.

Industrialisasi merupakan suatu proses interaksi antara pengembangan teknologi, inovasi, spesialisasi dalam produksi dan perdagangan antar negara yang pada akhirnya sejalan dengan peningkatan pendapatan perkapita mendorong perubahan struktur ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari pengalaman negara-negara Eropa yang mengalami proses industrialisasi pertama sejak revolusi industri Perang Dunia II, dan proses kedua sejak Perang Dunia II berakhir hingga tahun 1960-an. Pengalaman dari negara-negara tersebut menunjukkan bahwa industrialisasi merupakan sebuah proses transisi jangka panjang dari ekonomi nonindustri (agraris) ke ekonomi industri, dimana secara relatif peranan sektor ekonomi industri manufaktur didalam ekonomi semakin kuat sedangkan peranan

sektor-sektor primer semakin lemah. Oleh karena itu, proses industrialisasi di dalam ekonomi sering juga diartikan sebagai perubahan struktur ekonomi.¹

Industri komponen otomotif Indonesia baik untuk mobil dan sepeda motor adalah salah satu rantai nilai industri yang berkembang sangat pesat, berniali paling tinggi dan menjanjikan di Indonesia. Secara historikal, produsen asing seperti Honda, Yamaha dan Suzuki, telah menjadi penggerak industri yang dominan yang menguasai segmen pasar komponen perakitan dan suku cadang yang bernilai paling tinggi-baik pasar ekspor maupun dalam negeri. Sejalan dengan meluasnya permintaan untuk komponen (khususnya suku cadang mobil) sejak krisis tahun 1998, pasar komponen dalam negeri berkembang karena pelanggan menuntut lebih banyak pilihan jenis dan harga produk. Faktor-faktor ini telah menciptakan peluang untuk masuk ke pasar tersebut.²

Tabel 1.1 di bawah ini menunjukkan peningkatan yang tajam pada permintaan kendaraan bermotor dalam negeri (baik mobil maupun sepeda motor) yang dirakit di Indonesia sepanjang periode 2001-2005.

Tabel 1.1
Volume Produksi Mobil dan Sepeda Motor di Indonesia 2001-2005

Unit Mobil	Tahun				
	2001	2002	2003	2004	2005
Toyota	79.554	84.313	100.860	131.940	182.767
Mitsubishi	66.106	75.390	77.104	89.950	89.158
Suzuki	53.160	63.515	70.154	82.242	87.274
Daihatsu	31.299	20.288	21.698	47.621	53.750

¹Cahyono Adi Nugroho, Analisis Profil Industri Knalpot di Purbalingga, Jurnal, hlm. 3. Diakses 28 November 2014, Pukul 13.00 WIB.

²Cahyono Adi Nugroho, Analisis Profil Industri Knalpot di Purbalingga, hlm. 4.

Honda	11.423	13.133	21.650	46.500	48.762
Isuzu	31.299	26.335	19.779	23.457	25.010
Lainnya	26.758	34.988	43.089	61.945	47.120
Total	299.629	317.942	354.334	483.295	533.841
Sepeda Motor					
Honda	932.178	1.437.068	1.576.694	2.035.711	2.648.190
Suzuki	294.037	440.579	583.944	844.232	1.091.962
Kawasaki	45.292	43.865	60.372	105.057	74.128
Yamaha	29.047	352.145	568.159	874.388	1.224.595
Lainnya	5.207	13.807	20.655	28.287	25.329
Total	1.575.788	2.287.464	2.810.184	3.887.657	5.074.204

Sumber: SENADA (2007)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa produksi industri otomotif terus mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2005. Hal ini menyebabkan semakin tingginya angka kendaraan bermotor yang berada di jalan raya. Dengan semakin tingginya angka tersebut maka kebutuhan akan komponen kendaraan bermotor juga tinggi sehingga ini menjadi peluang bagi industri komponen otomotif untuk terus meningkatkan produksinya.³

Salah satu komponen yang penting dalam kendaraan bermotor adalah knalpot. Knalpot sebagai saluran pembuangan dari sisa pembakaran yang terjadi di dalam mesin kendaraan. Selain itu, knalpot juga berfungsi memberikan daya

³Cahyono Adi Nugroho, Analisis Profil Industri Knalpot di Purbalingga, hlm. 5.

dorong bagi kendaraan sehingga kendaraan dapat melaju secara maksimal. Sekarang ini industri knalpot mengalami kemajuan yang cukup pesat. Terbukti dengan digunakannya knalpot produksi Kabupaten Purbalingga oleh produsen mobil dari Jerman, Mercedes Benz. Kemajuan industri knalpot ini tentunya harus melewati berbagai hambatan dan ancaman di berbagai aspek.⁴

Tumbuhnya berbagai macam home industri knalpot di Desa Galuh akan menciptakan persaingan. Para pengusaha knalpot berusaha memikirkan cara yang tepat untuk menjalankan berbagai macam strategi pemasaran yang efektif dan efisien dengan tujuan menarik pelanggan dan memuaskan pelanggan. Kompleksitas persaingan industri menyebabkan setiap pengusaha knalpot selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya agar menarik minat pelanggan. Kualitas produk yang ditingkatkan harus memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Pelanggan merupakan salah satu *stakeholder* yang sangat penting karena bagaimanapun juga pelanggan adalah sumber penghasilan terbesar bagi perusahaan. Pelanggan dewasa ini bertindak dalam lingkaran yang tidak saja untuk memenuhi kebutuhan mereka, tetapi keinginan serta harapan atas suatu produk atau jasa yang mereka beli. Inilah yang menyebabkan menganalisis pelanggan menjadi sangat penting dengan tujuan untuk memenuhi keinginan-keinginan serta harapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka harapkan, maka kemungkinan besar pelanggan-

⁴*Ibid*, hlm. 5-6.

pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang dan loyal.⁵

Menghadapi persaingan yang semakin tajam, rata-rata home industri knalpot yang ada di Desa Galuh Melakukan transformasi bisnis yang mana tidak terpaku pada bentuk produk yang menawarkan manfaat dasarnya saja tetapi mereka menambahkan dalam bentuk pengemasan, konsultan bagi pelanggan, pengiriman, dan hal-hal lain yang dipandang perlu.

Pengusaha knalpot yang ada di Desa Galuh lebih banyak dibandingkan dengan desa lainnya yang ada di Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga. Sehingga Desa Galuh menjadi sentra knalpot yang ada di Kec. Bojongsari Kab. Purbalingga. Bisa dilihat dari data tahun 2008 yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Kab. Purbalingga.

Tabel 1.2
Daftar Industri Perlengkapan dan Komponen Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih (Knalpot) yang Ada Di Kec. Bojongsari Kab. Purbalingga

Nama Desa	Jml. Pengusaha	Asset	Produksi	Jml. TK
Brobot	2	14. 500. 000	117. 000. 000	2
Gombong	2	42. 600. 000	76. 000. 000	5
Banjaran	1	2. 100. 000	1. 020. 000	1
Patemon	2	39. 500. 000	180. 000. 000	11
Kanjongan	1	2. 500. 000	3. 888. 000	1
Galuh	9	78. 578. 568	306. 345. 000	20

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, menunjukkan bahwa produktifitas knalpot tertinggi dihasilkan di Desa Galuh. Tidak hanya itu, jumlah pengusaha dan tenaga

⁵ Cepi Nurdiansah, "Analisis Pengaruh Kewajaran Harga Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Angkringan Cekli Kudus", 2013, diakses 21 Oktober 2014, Pukul 14.00 WIB.

kerja yang memproduksi knalpot juga paling tinggi dibandingkan wilayah lainnya. Hal ini menjadi bukti bahwa Desa Galuh merupakan pusat usaha knalpot yang sangat diminati oleh banyak konsumen. Dengan produktifitas yang tinggi membuat Desa Galuh memiliki asset yang tinggi pula. Hal ini sangat baik, tidak hanya berdampak baik bagi pengusaha knalpot yang ada di Desa Galuh saja melainkan juga memberi manfaat bagi penduduk sekitar.

Menurut Griffin, dua kondisi penting yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan adalah retensi pelanggan dan total pangsa pelanggan. Retensi pelanggan menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan. Tingkat retensi pelanggan adalah presentase pelanggan yang telah memenuhi sejumlah pembelian ulang selama periode waktu yang terbatas. Total pangsa pelanggan suatu perusahaan menunjukkan persentase dari anggaran pelanggan yang dibelanjakan ke perusahaan tersebut.⁶

Pelanggan yang loyal akan memberikan kontribusi yang baik bagi industri knalpot, kontribusi yang diharapkan adalah meningkatnya volume penjualan knalpot yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi home industri knalpot yang ada di Desa Galuh. Data terbaru mengenai jumlah pengusaha knalpot yang ada di Desa Galuh berjumlah 11 orang.⁷ Untuk mengetahui rata-rata produksi knalpot perminggu Desa Galuh dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3

⁶ Arif Budiman, "Studi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan, Studi Kasus di Badrayana Putra Bandung", diakses 5 Agustus 2014, Pukul 09.00 WIB.

⁷ Hasil wawancara dengan pengusaha knalpot di Desa Galuh, 10 September 2014, Pukul 10.00-11.30.

Rata-rata Pengusaha Knalpot Desa Galuh Produksi Perminggunya untuk Urutan 5 Besar adalah sebagai berikut:

Pengusaha Knalpot	Produksi Perminggu
Dani	500
Muhadjirin	200-300
Prio	60
Lasiman	50
Rois	50

Sumber: Pengusaha Knalpot Desa Galuh⁸

Berdasarkan Tabel 1.3 tersebut dapat dijelaskan bahwasannya Rata-rata Pengusaha Knalpot Desa Galuh bisa memproduksi knalpot perminggu kurang lebih 50-500 unit, peningkatan pelanggan tidak terlalu drastis setiap bulannya. Hal ini disebabkan pelanggan knalpot Desa Galuh sudah mendapatkan kepercayaan dari PT. Pindad, PT. Toyota Astra, bengkel-bengkel kecil yang ada di seluruh Indonesia, dan melakukan pembelian ulang secara teratur kemudian merekomendasikan kepada orang lain.

Ketertarikan suatu produk tidak dapat dilepaskan dari harga seperti uang, waktu, kegiatan kognitif, upaya perilaku, nilai dan penetapan harga.⁹ Kualitas produk seperti kinerja, ciri-ciri keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, *serviceability*, estetika dan kualitas yang dipersepsikan.¹⁰ Harga akan cenderung menjelaskan kualitas produk barang tersebut. Kini konsumen cenderung menuntut harga yang sesuai dengan kualitas produk.

⁸Hasil wawancara dengan pengusaha knalpot di Desa Galuh, 10 September 2014, Pukul 10.00-11.30.

⁹ J. Paul Peter dan Jerry C Olso, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 221.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 25.

Dilihat dari segi harga juga sangat penting, karena setiap harga akan mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda dan akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran sebuah perusahaan. Kadang konsumen menerima harga mahal untuk mengidiskasikan produk yang lebih baik. Meskipun demikian, ketika harga terlalu tinggi akan menurunkan permintaan. Oleh sebab itu penetapan harga menjadi perhatian besar bagi setiap perusahaan.

Ketertarikan penulis meneliti knalpot yang ada di Desa Galuh karena rata-rata pengusaha selalu mempertahankan kualitas produk yang mereka produksi walaupun menggunakan peralatan yang cukup sederhana. Harga yang mereka tawarkan juga terjangkau. Kreativitas para pengusaha knalpot sangat tinggi, walaupun dapat dikatakan rata-rata mereka tidak mengenyam pendidikan tinggi. Tidak tanggung-tanggung mereka membuat produk knalpot terbaru, dengan kualitas sangat bagus namun tetap terjangkau harganya. Semua itu dilakukan hanya untuk memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Semangat para pengusaha di Desa Galuh memberi dampak persaingan yang baik diantara para pengusaha disana. Bahkan tak jarang satu sama lainnya ketika tidak bisa memenuhi target pesanan atau mungkin kehabisan bahan untuk membuat knalpot, mereka saling membantu satu sama lain. Persaingan yang tercipta di antara pengusaha knalpot di Desa Galuh merupakan suatu bentuk contoh persaingan yang berlandaskan asas kekeluargaan. Disamping itu, untuk mempermudah para pecinta otomotif, para pengusaha knalpot juga memproduksi knalpot khusus, seperti knalpot yang digunakan oleh pengguna motor balap.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauhmana kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan knalpot. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Knalpot (Studi Kasus di *Home Industri* Knalpot Galuh Bojongsari Purbalingga Jawa Tengah).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diperlukan penelitian lebih lanjut terkait dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan?

C. Manfaat dan Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan tahap pembelajaran dalam mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah pada realitas social-ekonomi di masyarakat sekitar.

b. Bagi Akademis

Sebagai sumbangsih pemikiran maupun distribusi ilmiah dalam khasanah keilmuan, serta menambah informasi bagi pengrajin knalpot di Desa Galuh mengenai hubungan kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

c. Bagi Pihak *Home Industry*Knalpot

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengusaha knalpot sebagai salah satu pertimbangan untuk mengambil langkah-langkah atau gambaran tentang pentingnya faktor kualitas produk, harga terhadap loyalitas pelanggan. Agar knalpot yang dihasilkan berkualitas tinggi sehingga menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan pada akhirnya akan menciptakan pelanggan-pelanggan dengan loyalitas tinggi sebagai bahan masukan untuk menerapkan strategi yang tepat dan relevan sesuai dengan perkembangan pasar.

D. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan skripsi ini, maka skripsi ini disusun dalam 5 bab. Secara umum gambaran sistematika pembahasan skripsi ini sebagai berikut:

Bab awal dari skripsi ini, memuat pengantar yang didalamnya terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar dan daftar isi.

Bab I, merupakan kerangka dasar yang menjadi acuan dalam penulisan ini, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, sebagai landasan teori yang membahas tinjauan umum tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Home Industri Knalpot Galuh Bojongsari Purbalingga Jawa Tengah), kerangka teori dan hipotesis penelitian.

Bab III, merupakan bab yang menguraikan metode penelitian yang terdiri atas jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data penelitian, analisis data penelitian.

Bab IV, merupakan bab yang menguraikan pembahasan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh dengan metode yang telah ditentukan.

Bab V, merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran-saran dan kata penutup, kemudian pada bagian akhir skripsi ini penulis mencantumkan daftar pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan hasil f hitung 11.434 pada tingkat signifikan 0,0001
2. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dimana dari uji t didapat t hitung adalah 4,624 dengan tingkat signifikan 0,000 dan t tabel 1,740. Sedangkan Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dimana dari uji t didapat t hitung adalah -1,951 dengan tingkat signifikan 0,069 dan t tabel sebesar 1,740.

B. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa saran, yang apabila diatasi pada penelitian selanjutnya, dapat memperbaiki hasil penelitian yaitu

1. Karena hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa factor kualitas produk dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan maka pengusaha harus lebih memperhatikan kualitas produk tetap dijaga dan harga yang disesuaikan dengan kualitas. Apalagi dikota purbalingga banyak yang menggeluti usaha knlpot.

2. Apabila pengusaha galuh bisa menciptakan kualitas produk yang baik dengan harga yang relative murah akan maka tentu loyalitas pelanggan semakin baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Cahyo Nugroho. *Analisis Profil industri Knalpot di Purbaligga*. Jurnal. Diakses 28 November 2014. pukul 13.00 WIB.
- Adi, Rianto. 2004. *Metodologi Penelitian Social dan Hukum*. Jakarta: Granit.
- Aditya, Taufik Rahman. “Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”. Skripsi. Unsoed Purwoketo. 2014.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Budiman, Arif. “Studi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Badranaya Putra Bandung)”. Diakses 5 Agustus 2014.
- Definisi Loyalitas Pelanggan. <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com>. Diakses 20 Agustus. Pukul 11.23 WIB.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2002. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Semarang: PT Karya Toha.
- Fauziah, Ezza A.N. “Pengaruh Atribut Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. Studi pada konsumen sepeda motor di Purwokerto”. Skripsi. Purwokerto: Unsoed Purwokerto. 2012.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hariadi, Doni. “Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembeian Konsumen Pada Produk Projector Microvision. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen”. Vol. 1 No. 1. Diakses 24 September 2014. Pukul 10.03 WIB.
- Haryanto, Toto. 2013. “Analisis Pengaruh Produk Harga Distribusi Dan Promosi Terhadap penjualan Produk Sabun Mandi Sinzui Pada Distributor UD Gunung Rejeki Purwokerto”. Skripsi. Purwokerto: UMP Purwokerto..
- Hasil wawancara dengan pengusaha knalpot yang ada di desa Galuh. 10 September 2014. Pukul 10.0 – 11.30 WIB.
- Helmi, Syafrizal. Loyalitas Pelanggan. <http://syafrizalhelmi.blogspot.com>. Diakses 22 September 2014. Pukul 13.39 WIB.

<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com>. Diakses 2 September 2014. Pukul 13.51 WIB.

<http://repository.usu.ac.id>. Diakses 2 September 2014. Pukul 13.45 WIB.

[http://www. Library.upnvj.ac.id](http://www.Library.upnvj.ac.id). Landasan Teori. Diakses 22 September 2014. Pukul 12.59 WIB.

Husein, Umar. 2008. *Desain Penelitian MSDN Dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Raja Grafindo.

Karim, Adiwarmanto. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Penerbit IIT Indonesia. 2003.

Khaldun, Ibnu. 1967. *The Muqaddimah, English Edition Transl. Franz Rosenthal*. London: Rontledge dan Kegan Paul.

Konsep Kualitas / Mutu. www.ppm-unpk.web.id. 22 september 2014. Pukul 12.51 WIB.

Kotler dan A.R Amstrong. 2004. *Dasar – Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen pemasaran edisi 13*. Jakarta: Erlangga. 2009.

Kotler, Philip dan Kevin, Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Indeks. 2007.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Marketing Management 9e Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Control, Edisi Indonesia Jilid*. Jakarta: Prenhallindo. t.t.

Kotler. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kesebelas) Jilid 2*. Jakarta: Gramedia. 2005.

Kuncoro, Mudraja. 2011. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis & Ekonomi* Yogyakarta: UUP STIM YKPN.

Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuntitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UUP STIM YKPN.

Lamb, Hair dan A. R Amstrong Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Buku 1*. Penerjemah David Octarevia .Jakarta: Salemba Empat.

Novandri, Made. “Anlisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Kepuasan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan”. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2014. Pukul 12.00 WIB.

Nur aisyah bangkinang. “loyalitas pelanggan”. <http://www.nuraisyah.coto>. diakses 22 September 2014. Pukul 14.00 WIB.

- Nurdiansah, Cipi. Analisis Pengaruh Kewajaran Harga Kualitas Layanan dan kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Angkringan Cekli Kudus.2013. Diakses 21 Oktober 2014. Pukul 14.00 WIB.
- Nurhayati, Risky. “Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Loyaitas Pelanggan”. Skripsi. Yogyakarta: UPN veteran. 2011.
- Paul J. Peter dan Jerry C Olso. 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prahastuti, Lina. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Indosat, Studi pada Pelanggan Indosat di Wilayah Semarang”. Diakses 21 Agustus 2014. Pukul 09.00 WIB.
- Prawirosentono, Suyuti. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Terpadu Total Quality*.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Rakhman, Akbar. “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Variasi Audio Mobil Di Subur Audio Orkshop Purwokerto”. Skripsi. Purwokerto: UMP Purwokerto.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Social*. Bandung: Refika Aditama.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*. Jakarta: Salemba.
- Singarimbun dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaji. “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Diakses 21 September 2014. Pukul 10.07 WIB.
- Supriad, Cecep. “Kiat Mencipakan Loyalitas Pelanggan Ala Apple”. <http://www.marketing.co.id>. Diakses 22 September 2014. Pukul 13.54 WIB.
- Swastha, Basu. 1996. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberti.
- Sya'bani. Nur Purnama. 2006. *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.

- Syafei, Rachmat. 2000. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustakaseti.
- Taimiah, Ibnu. 1976. *Al-Hisbah*. Cairo: Darul Sya'b.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Sukses Offset. 2009.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Quality Management*. Yogyakarta: Andi. 2001.
- Tjiptono. Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi. 2008.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2002.
- Wahyon, Budi. Pengertian, Dasar Penetapan dan Tujuan Penetapan Harga. <http://www.pendidikanekonomi.com>. Diakses 22 September 2014. Pukul 12.00 WIB.
- Wijaya, Toni. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa. Desain Servqual. QFD dan Kano, Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: Indeks.



IAIN PURWOKERTO